

## ABSTRAK

Perusahaan yang memiliki perilaku *sticky cost* yang tinggi akan memperlihatkan penurunan laba yang besar ketika level aktivitas menurun dibandingkan dengan perusahaan yang *sticky cost*-nya lebih kecil, hal ini dikarenakan kos yang lebih *sticky* dihasilkan dari penyesuaian kos yang lebih sedikit ketika level aktivitas menurun, karena itu penghematan kos lebih sedikit.

Asumsi mendasar dalam akuntansi biaya adalah bahwa hubungan antara biaya dan volume akan simetris saat mengalami peningkatan atau penurunan. Dalam penelitian ini peneliti menyelidiki biaya yang dikatakan "*sticky*". Biaya dikatakan *sticky* bila kenaikan biaya saat volume meningkat dan saat biaya dan volume menurun dengan jumlah yang setara.

Regresi data panel merupakan metode regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Regresi data panel adalah merupakan gabungan antara data berkala (time series) dan data individual (cross section). Data panel juga biasa disebut data terkelompok (pooled data).

Dalam penelitian ini peneliti menemukan harga pokok penjualan dari 18 perusahaan selama 3 tahun mengalami peningkatan biaya rata-rata sebesar 1.024757 % per 1 % peningkatan penjualan. Dan mengalami penurunan biaya sebesar 0.989775 % per 1 % penurunan penjualan. Begitu juga kos pemasaran administrasi dan umum mengalami peningkatan 0.976371 % per 1 % peningkatan penjualan dan .96273 % per penurunan penjualan. Dalam penelitian ini juga peneliti meneliti pengaruh perilaku "*asymmetric cost*" dalam memprediksi laba dengan menggunakan model cost variability dan cost stickiness (CVCS). Peneliti mengklasifikasikan 12 perusahaan yang memiliki perilaku *sticky* dan 6 perusahaan yang memiliki perilaku anti-*sticky* dari 18 perusahaan. Dari penelitian ini juga mengindifikasikan perilaku *sticky* mengurangi keakuratan laba sebesar 44,81 %.

**Kata kunci :** *Sticky Cost, Earning Forecast, Asymmetric Cost Behavior*